

مشکل کجاست؟

توزیع، مخاطب‌شناسی، متن

یونس شکرخواه استاد دانشگاه
 شکوه حاجی نصرالله منتقد
 حمیدرضا شاه‌آبادی نویسنده

گزارشی از میزگرد
 گفت‌وگوی نسل‌ها
 با تأکید بر مخاطب‌شناسی



دیگر این مشکل را جبران کند. در اینجا از لطف و همکاری علی‌اصغر محمدخانی سردبیر کتاب ماه ادبیات و فلسفه و مدیریت سرای اهل قلم تشکر می‌کنیم.

سرای اهل قلم، زمان بسیار کوتاهی به آن اختصاص یافت. به همین دلیل، دوستان شرکت‌کننده، فرصت ارائه بحث‌های خود را به طور کامل نیافتند. امیدواریم که پژوهشنامه، بتواند در آینده، به شکلی

ادبیات کودک و نوجوان، درباره مخاطب، بحث و گفت‌وگو کردند. این میزگرد، در سرای اهل قلم چهاردهمین دوره نمایشگاه بین‌المللی کتاب برگزار شد و به سبب فشردگی برنامه‌های

آن چه می‌خوانید، گزارشی از یک میزگرد است. در این میزگرد، دکتر یونس شکرخواه، استاد علوم ارتباطات و روزنامه‌نگار، حمیدرضا شاه‌آبادی، نویسنده و شکوه حاجی نصرالله، منتقد

که آن تأثیرات، اصل گرفته می‌شد. به این ترتیب، این طور فرض می‌شد که فقط اثر است که بر مخاطب تأثیر می‌گذارد و مخاطب به یک موجود منفعل تبدیل شد. در بررسی‌ها و ارزیابی‌هایی که از مخاطب صورت می‌گرفت، آن نوع تفکر، تحت عنوان نظریه تزیینی یا نظریه گلوله‌ای طرح می‌شد. طبق آن برآوردها، هر اثری مثل یک گلوله جادویی عمل می‌کند و کافی است به مخاطب اصابت بکند تا مخاطب، رفتار مورد نظر مؤلف و خالق اثر را از خودش بیرون دهد. مرحله سومی که ما در این حوزه می‌بینیم، مرحله‌ای است که ماجرا دچار یک چرخش می‌شود و به تعبیری، یک «شیفت» بزرگ رخ می‌دهد. نظریه سومی که در مورد ارزیابی مخاطب به میدان آمد، نظریه‌ای بود که می‌گفت، اثر به هیچ وجه تأثیر ندارد، بلکه این مخاطب است که موقع برداشت از اثر، به آن معنا می‌دهد، به عبارت بهتر، در مرحله سوم بررسی مخاطب، نظریه‌ای غلبه می‌کند که دیگر رسانه مدار نیست، بلکه اساساً مخاطب مدار است. این نظر، اصل و اصالت را به رسانه و به اثر نمی‌دهد، بلکه معتقد است که این مخاطب است که تعیین‌کننده اصلی است. نظریاتی مثل مرگ مؤلف «بارت»، در واقع شکل بسیار صریح این بحث است. بارت، اصلاً می‌گوید تا مؤلف نمیرد، مخاطب به دنیا نمی‌آید. به عبارت بهتر، با نظریه مرگ مؤلف، دوربین کاملاً روی مخاطب «زوم» می‌کند. این اتفاق در دهه هفتاد می‌افتد. اما در مرحله چهارم، یک نوع نگاه ساختارگرایانه به میدان آمد؛ ادبیات ساختارگرا با تکیه بر فرهنگ و قومیت، در این مرحله، مخاطبان در یک بستر فرهنگی معین، مورد ارزیابی قرار می‌گیرند. در واقع، گفته می‌شد که مخاطبان، معنا را فقط از متن مؤلفان استخراج نمی‌کنند، بلکه آنها تحت تأثیر فضای فرهنگی هم هستند. آنها در جوار این فضای فرهنگی، در حقیقت فضای قومیت‌ها را هم می‌بینند. مرحله پنجم، همین

پژوهشنامه: یکی از تفاوت‌های ادبیات کودک و نوجوان، با ادبیات به معنای عام، در این است که مخاطب برای ادبیات کودک، از پیش تعیین شده است و این موضوع، به متن ادبی ما ویژگی‌هایی را تحمیل می‌کند. برای این که بتوانیم این ویژگی‌ها را بررسی کنیم، باید آن مخاطب را بشناسیم. از آقای دکتر یونس شکرخواه تقاضا می‌کنم شروع کنند: شکرخواه: تعریف مخاطب، از جنبه ارتباطی، همیشه یکی از پیچیده‌ترین سازه‌های گفتمانی است؛ یعنی تعریفش بسیار دشوار است. به دلیل این که به شما وابسته است و این که از چه منظری اصلاً به مخاطب نگاه می‌کنید. غالباً دو منظر وجود دارد. یک منظر، منظر تنوریک است و یک منظر، منظر متدیک. از منظر تنوریک، شما ممکن است به تعریف‌هایی برسید. مخاطب چیست؟ به ویژه مخاطب به اصطلاح جوان؟ از منظر متدیک هم احتمال دارد پاسخ‌های دیگری به دست آید. اگر موافق باشید، بد نیست نگاهی خیلی گذرا به سیر این پدیده داشته باشیم. اولین تعریف‌هایی که در ادبیات ارتباطات، در مورد مخاطب صورت گرفته، به سال‌های ۱۹۲۹ تا ۱۹۳۲ میلادی برمی‌گردد؛ یعنی به آن سه چهار سالی که محققان، بیشتر روی این موضوع متمرکز بودند. آنها برای تعریف مخاطب، به معیاری توجه می‌کردند و آن ژانر بود. در واقع چه ژانری، چه بافت و ساختی، با چه نوع جنس و مخاطبی در ارتباط بود؟ در آن سال‌ها عمدتاً رابطه جنسیت را با نوع و ژانر بررسی می‌کردند. فرض کنید این سؤال مطرح می‌شد که در سینما، مخاطبین فیلم‌های وسترن، چه کسانی هستند یا فیلم‌های ملودرام را بیشتر چه کسانی می‌بینند؟ در واقع، این نگاهی بود که در بررسی مخاطب، بیشتر به اثر توجه می‌کرد و تأثیر اثر را روی مخاطب می‌دید. به عبارتی، شروع و «استارت» بازی ارتباطی، از سوی اثر زده می‌شد. بعد از آن ما به مرحله دوم وارد می‌شویم؛ مرحله‌ای



حاجی نصرالله: کتاب‌های «حسنی نگو به دسته گل»، به چاپ بیستم رسیده و تیراژش یک میلیون و پانصد هزار تاست، اما کتاب آقای احمد رضا احمدی که از تخیل غنی برخوردار است، چاپ اولش، بعد از ۱۲ سال، هنوز تمام نشده. چرا؟

مشکلی وجود دارد؟ متأسفانه، فقط دو شخصیت اصلی، یعنی نویسنده و پیام اجرای نقش دارند و مخاطب فراموش شده است. برای این که این ادعا را روشن کنم، از این جا شروع می‌کنم که چگونه می‌توانیم با مخاطب‌مان رابطه بگیریم؟ برای این کار، لازم است مخاطب را از زاویه‌های مختلف بشناسیم. در درجه اول، باید کارهای میدانی در شرایط مصنوعی و طبیعی در جامعه انجام دهیم. یعنی در نقاط مختلف، با کودکان کتاب خوانده شود و براساس این اطلاعات به دست آمده از کتاب‌خوانی با کودکان که بخشی از آن به شرایط طبیعی و بخشی به موقعیت‌های خاص برمی‌گردد، می‌توان به یک جمع‌بندی رسید و سپس، این اطلاعات را به تصویرگران و نویسنده‌های کودک ارائه کرد. متأسفانه، ما اصلاً چنین اطلاعاتی را در کشورمان نداریم. بنابراین، اولین ضعفی که اینجا دیده می‌شود، این است که کار میدانی با مخاطب انجام نمی‌شود. مسئله دوم این است که با استفاده از نظریه‌های روان‌شناسانی چون پیاژه و اریکسون و دیگران، می‌توان درک درست‌تری از مخاطب به دست آورد. به نظر من یک نویسنده کودک، باید این نظریات، درباره روان‌شناسی رشد را بشناسد و وقتی می‌خواهد برای کودک پیش از دبستان بنویسد، باید بداند در این مرحله، رشد ذهنی کودک چگونه هست. تقسیم‌بندی روان‌شناسی رشد را بشناسد؛ از صفر تا هجده ماهگی، بعد از هجده ماهگی تا هفت سالگی، از هفت سالگی تا

است که الان، در این شرایط پست مدرنیستی، با آن مواجه هستیم. ظاهراً در مرحله پنجم، بیشتر رابطه متن با فرامتن دیده می‌شود. آن فرامتن، حالا هر چه می‌خواهد باشد و از طرف دیگر، تعامل آنها را با مخاطب می‌بینیم. به عبارت بهتر، در مرحله پنجم، صحبت از نوعی «آشوب معنایی» است؛ به این معنا که هر مخاطبی موقع برداشت از متن، با آن چه دارد و آن چه که می‌برد از متن، بر آن تأثیر می‌گذارد. بنابراین، ما به محض این که متن متولد شد، دچار «خودمختاری معنایی» می‌شویم. بر این اساس، می‌توانیم معناهای گوناگونی از متن برداشت کنیم و معناهای ما با معناهای مخاطبان دیگری که آن متن را می‌خوانند، به نوعی گفتمان می‌رسد.

پژوهشنامه: خیلی ممنون. آقای شکرخواه، تاریخچه رویکردهای مختلف به مخاطب‌شناسی را گفتند. حالا از خانم حاجی نصرالله، خواهش می‌کنیم بحث را ادامه بدهند.

حاجی نصرالله: یک سناریو داریم که در آن، سه شخصیت اصلی وجود دارد؛ نویسنده، پیام و سومی مخاطب. موضوع سناریو، این است که کتابی باید خوانده شود و در ادبیات کودکان و نوجوانان این کتاب، توسط مخاطب خاص ما یعنی کودک و نوجوان خوانده می‌شود. شخصیت‌های سایه، تخیل، زبان، روابط بین متنی و چیزهای دیگر نیز در این سناریو اجرای نقش دارند. در ادبیات کودک و نوجوان ما، در این ارتباط، چه

حاجی نصرالله: این یک مقداری برمی‌گردد به توزیع و پخش کتاب، ببینید چه شبکه توزیعی برای کتاب‌های بازاری داریم و چه شبکه توزیعی برای کتاب‌هایی که تخیل کودک را رشد می‌دهند؟

دوازده سالگی و از دوازده به بعد. اگر ما توان شناختی کودک مخاطب‌مان را نشناسیم و ندانیم که گروه‌های سنی چه شناختی دارند، چگونه می‌توانیم با او ارتباط برقرار کنیم و برایش کتاب بنویسیم؟ در واقع، نویسنده باید دو کار انجام دهد: روان‌شناسی رشد را بشناسد و دیگر این که با رجوع به تجربه‌های دوران کودکی خودش، با کودک درونش ارتباط برقرار کند. البته، همه اینها تئوری است که ما می‌گوییم. می‌گوییم که نویسنده باید این را بداند، آن را بداند. حالا ببینیم این نویسنده در شرایط جامعه ما تا چه حد می‌تواند چنین کاری را انجام دهد؟ یعنی در آن جایگاهی که نشسته، توانایی انجام چنین کاری را دارد؟ وقتی گفته می‌شود اثری می‌تواند با مخاطبش ارتباط برقرار کند که پیام مستقیم نداشته و در قالب ادبی باشد، چگونه نویسنده‌ای که از کودکی در خانه، در مراحل مختلف زندگی‌اش، در اجتماع در یک بافت هدایت شده به سر برده است و مدام از او خواسته‌اند که چه کارهایی انجام بدهد، توانایی یک ارتباط دوطرفه، ارتباطی بر بستر گفت‌وگو را دارد؟ بیاییم ببینیم در کشور ما آموزش رسمی، آموزش غیررسمی، خانواده و اجتماع، تلویزیون و کتاب و مجله و غیره و غیره، چطور برخورد می‌کنند و با کودک چه می‌کنند؟ ما همه، کودک را محتاج هدایت می‌دانیم. هیچ دیالوگی این‌جا وجود ندارد و با همان روشی که در خانه با او برخورد می‌شد، در جاهای دیگر هم رفتار می‌شود. مدام می‌گوییم این کار را بکن! آن کار را نکن! یعنی یک سری الگوها و کلیشه‌های قالبی را به او می‌دهیم. حال نویسنده‌ای که خودش در کودکی، مدام

سرکوب شده و نتوانسته کودکی‌اش را رشد دهد، چه طور می‌تواند بیاید از موضع یک کودک، برای مخاطبش کتاب بنویسد؟ به نظر می‌آید مکالمه با «هیچ»، این گونه شکل گرفته است. دوباره برمی‌گردم به آن فرمول اصلی: نویسنده، پیام و مخاطب. نویسنده و مخاطب، همان طور که دکتر فرمودند، باید در یک موضع مساوی قرار داشته باشند، اما تعین‌های اجتماعی است که ذهن این مخاطب و نویسنده را می‌سازد. ساخت فکری نویسنده، این است که مدام می‌خواهد این کودک را هدایت کند، به او یاد بدهد، تربیتش کند؛ و به عبارتی خلاقیتش را بکشد! بحث را با نگاهی در مخاطب‌شناسی میان دو ترانه، یعنی یکی «حسنی نگو یه دسته گل» و دیگری «نوشتم باران، باران بارید»، احمد رضا احمدی ادامه می‌دهم. ببینید، کتاب‌های «حسنی نگو یه دسته گل»، به چاپ بیستم رسیده و تیراژش یک میلیون و پانصد هزار تاست، اما کتاب آقای احمد رضا احمدی که از تخیل غنی برخوردار است، چاپ اولش، بعد از ۱۲ سال، هنوز تمام نشده. چرا؟ من می‌خواهم در این وقت کوتاه، فقط سؤال طرح کنم. خوب، این یک مقداری برمی‌گردد به توزیع و پخش کتاب. همه والدین برای تهیه کتاب به مراکز فروش کتاب و یا نمایشگاه کتاب نمی‌روند. کتاب «نوشتم باران، باران بارید» کجا توزیع می‌شود؟ و اما کتاب «حسنی...» در کیوسک‌های روزنامه‌فروشی و در خواربار فروشی‌های روستاها هم توزیع می‌شود. ببینید چه شبکه توزیعی برای کتاب‌های بازاری داریم و چه شبکه توزیعی برای کتاب‌هایی که تخیل کودک را رشد می‌دهند؟ و نکته مهم دیگر این

شاه‌آبادی: با احترام به فرمایش سرکار خانم حاجی‌نصرالله، عرض می‌کنم که کتاب «حسنی نگویه دسته گل» کتاب بازاری نیست. کتاب خوبیست و من به عنوان کسی که در حوزه ادبیات کودک کار می‌کنم، کتاب کودک چاپ می‌کنم، در جایی کار می‌کنم که کتاب کودک چاپ می‌کند، مدت‌ها گشتم و این کتاب را پیدا کردم برای بچه‌هایم بردم و خواندم و بچه‌ها هم بسیار لذت بردند و خوش‌شان آمد. قالب ریتمیک خیلی خوبی دارد. جهت اطلاع‌تان، عرض می‌کنم که در اولین دوره جشنواره کتاب کودک و نوجوان که کانون پرورش فکری کودک و نوجوان برگزار کرد، از این کتاب تقدیر شد.

از ادبیات داریم، شکل متفاوتی که فرق دارد با ادبیات گروه بزرگسال. برای شناخت این وجه اختلاف که خیلی مهم است، من فکر می‌کنم که در ادبیات کودک ما متأسفانه، کمتر به آن توجه شده و حالا انشاءالله اگر در مباحث بعدی فرصتی پیش بیاید، بیشتر در این مورد خدمت‌تان عرض خواهم کرد. قبل از هر چیز ما باید مفهوم کودک را بشناسیم؛ یعنی ببینیم که با چه کسی طرف هستیم. کلیاتی در مورد مفهوم کودک لازم هست که بنده خدمت شما عرض کنم. گرچه می‌دانم که خیلی بهتر از من می‌دانید. ما دو تعریف از کودک داریم؛ یک تعریف بیولوژیک داریم از کودک، به عنوان یک موجود زنده، انسان زنده‌ای که در حال رشد است و قوای جسمی او هنوز آن‌چنان که باید رشد نکرده و برای مثال: نمی‌تواند درست صحبت بکند، نمی‌تواند درست راه برود. رفته رفته قوایش رشد می‌کند و او به حد نهایی توانایی‌های یک انسان، در دوره جوانی می‌رسد. خوب، این موجود در حال رشد که ما به او می‌گوییم کودک، از نظر اجتماعی، مفهوم متفاوتی دارد؛ طوری که حتی می‌تواند تعریف بیولوژیک اولیه را هم در مواردی تحت تأثیر قرار بدهد. در مفهوم اجتماعی، کودک به موجودی می‌گوییم که مکلف نیست؛ یعنی از او کاری نمی‌خواهیم، تکلیف اجتماعی از او نمی‌خواهیم، او یک انسان غیر مکلف اجتماعی است

که، کودکان ما عموماً نمی‌توانند با کتاب‌های خلاق ارتباط پیدا کنند. چرا؟ برای این که ذائقه و سلیقه کودک ما پرورش نیافته، او عادت به ساده دیدن دارد. او بزرگ سالی را در کنارش ندارد که بدون تحمیل نظریاتش، عمق و جاذبه‌ای را که در آثار ادبی وجود دارد، به او بشناساند. او یاد نگرفته سلیقه‌اش را رشد دهد و پدر و مادرش نیز ساده‌ترین کلیشه‌ها را برایش انتخاب می‌کنند که همان کتاب حسنی است. البته، این کتاب، یک دلیل موفقیتش هم می‌تواند قالب ریتمیک آن باشد.

پژوهشنامه: خیلی ممنون، آقای شاه‌آبادی بفرمایید!

شاه‌آبادی: من می‌خواهم یک مقدار بحث را برگردانم به عقب؛ یعنی روی مفهوم مخاطب و جایگاه مخاطب در ادبیات کودک. فکر می‌کنم بهتر باشد که صحبت دکتر را به نوعی تمام کنیم و با طبقه‌بندی‌هایی که انجام می‌دهیم، برسیم به مرحله‌ای که بتوانیم جایگاه مخاطب در ادبیات کودک خودمان را مشخص کنیم. خوب، تعریف میسوط و تاریخچه جایگاه مخاطب در مفهوم عمومی ادبیات طرح شد، اما ما این‌جا یک فصل اختلافی داریم میان ادبیات کودک و ادبیات ویژه بزرگسالان. ریشه این اختلاف، به نوع مخاطب ما در ادبیات کودک برمی‌گردد. به واسطه نوع مخاطبی که ما در ادبیات کودک داریم، شکل جدیدی



شاه آبادی؛ وقتی که شما برای کودکان می نویسید، مجبور هستید که از خودتان فاصله بگیرید و همیشه توجه داشته باشید به مخاطب، به نیازهای مخاطب، به درک مخاطب و به دنیایی که مخاطب دارد در آن زندگی می کند. نمی توانید در دنیای خودتان باشید.

نوشتن برای کودکان و ادبیات خلق کردن برای کودکان، مثل این می ماند که شما میخی در پای تان باشد و بعد بخواهید در آن حالت، «ذن» بگیرید!

کم تر بود، امکانات اقتصادی کفاف زندگی را نمی داد و لزوم این احساس می شد که انسان ها در سننن پایین تر، وارد دوره تکلیف اجتماعی شوند. دوستی می گفت پدر بزرگ من، در سه سالگی، در یک کلاه دوزی کار می کرد، دور کلاه ها را می دوخت و به اصطلاح کار تولیدی می کرد در سه سالگی! ببینید، تعریف کودکی، متفاوت است. در واقع، اجازه کودکی کردن اصلاً به کودک داده نشده و بلافاصله تکلیف اجتماعی برگردن او گذاشته شده و او تبدیل شده به یک موجود مکلف اجتماعی. اما امروز ما کودکان بیست و دو سه ساله ای هم داریم که هم چنان پول تو جیبی شان را از پدر و مادرشان می گیرند و هم چنان پدر و مادر باید دست شان را بگیرند تا زمین نخورند. چون این تعریف متفاوت است در جوامع مختلف، به شکل های مختلفی از ادبیات کودک منجر می شود. ما در واقع، تنوع مخاطب را در جوامع مختلف داریم که این تنوع، هم به شرایط اقتصادی و اجتماعی متفاوت برمی گردد که می توان آن را یک جریان عرضی دانست و هم جریانی طولی دارد که به سیر تاریخی کشورها برمی گردد. یعنی فرض بفرمایید که کودک در ایران، تعریف متفاوتی با بنگلادش و سوئیس دارد که هم

و به واسطه غیر مکلف بودنش، فرصت دارد که آموزش ببیند و قوای جسمانی و قوای فکری خودش را بهتر رشد بدهد. می تواند برود مدرسه. می تواند آموزش های مختلفی ببیند و آماده شود برای ورود به مرحله بزرگسالی. این تقریباً می شود گفت که یک تعریف اجتماعی از کودک است که بنده حضورتان عرض کردم. اما چرا این تعریف اجتماعی می تواند آن تعریف بیولوژیک اولیه را تحت الشعاع قرار دهد؟ به این علت که جوامع، با توجه به رشد فرهنگی و اقتصادی و موقعیت هایی که دارند، از کودکان در سننن تکلیف می خواهند و در سننن نمی خواهند. می خواهم بگویم که مفهوم اجتماعی کودک، در جوامع مختلف و با توجه به ویژگی های شان، تفاوت پیدا می کند. اجازه می خواهم مثالی خدمت تان عرض بکنم که قضیه گویا شود. گاهی پای صحبت های پدر بزرگ ها و مادر بزرگ های خودمان که می نشینیم، آنها برمی گردند مثلاً به یکی از بچه ها می گویند که «دخترم، پسر من تو که الان دوازده سال، سیزده سال است، من وقتی سن تو بودم، یک خانواده را اداره می کردم» و بی راه هم نمی گویند. چرا؟ چون در زمانه ای زندگی می کردند که اولاً نیروی کار

شکرخواه: خیلی از جاها خودمان noise درست می‌کنیم و مشکل می‌سازیم. من فکر نمی‌کنم مشکل از توزیع باشد. ممکن است ما دو اثر را همین جا و در بین یک جمع، آزمایش میدانی بکنیم. برای مثال، سی تا بچه داشته باشیم و این دو اثر را بدهیم بخوانند در دو ژانر مختلف و مشکل توزیع هم نباشد، اما با یکی از آنها رابطه می‌گیرند و با یکی نمی‌توانند ارتباط برقرار کنند.

شکرخواه: دوستان به موضوعات خوبی اشاره کردند. ولی من یک سؤال طرح می‌کنم. شما فرض کنید ما مشکل توزیع نداشته باشیم که خانم حاجی‌نصرالله، به آن اشاره کردند. من مثال روز برای شما می‌زنم. چه طور می‌شود که پسر بچه‌ای سروکله‌اش پیدا می‌شود به اسم «هری پاتر» ناگهان شوق خواندن را در دنیا بیدار می‌کند؟ از ناشری که این کتاب را چاپ کرده، کتاب‌های دیگری هم چاپ شده، ولی این بُرد را نداشته، در حالی که با «هری پاتر»، جنون کتاب‌خوانی از شاتگهای تا واشنگتن، راه می‌افتد و به کشور خود ما هم این موج می‌آید. شاید بشود گفت که این کتاب، یک بار دیگر همه را متوجه این کرد که «دهکده جهانی» یعنی چه؟ خوب، من آمار به شما می‌دهم. این آمار را می‌توانید در سایت CNN ببینید. حدود ۳۰ درصد از کسانی که «هری پاتر» را خواندند، بالای ۳۵ سال سن داشتند. یک منتقد معروف مجله تایم که از نعمت فرزند محروم بود، این را نوشته بود که من «هری پاتر» را با صدای بلند برای خانم می‌خواندم و با هم گریه می‌کردیم. خوب، عنوان همین کتاب را بچه‌های چینی، حتی تلفظ هم نمی‌توانند بکنند و می‌گویند «هلی پوته» و با تلفظ چینی «هلی پوته» معروف است. در چین، دومین کتاب است بعد از کتاب «سرخ» مائو. خیلی خوب، من هم می‌پذیرم که بچه‌های بنگلادشی با بچه‌های ایرانی فرق می‌کنند. این همان تأثیر بافت است. با وجود این، هم نویسنده بنگلادشی، هم نویسنده چینی و هم نویسنده ایرانی با ابزاری با مخاطب صحبت

به شرایط اقتصادی و اجتماعی مربوط می‌شود و هم به حرکت تاریخی یک جامعه. کودک پنجاه سال قبل با کودک امروز، ویژگی‌هایش فرق می‌کند.

پژوهشنامه: دوستان در زمینه‌های مختلفی وارد شدند و بحث کردند. بحث آقای شکرخواه، کاملاً نظری بود و خانم حاجی‌نصرالله، بحث را کاربردی کردند و آقای شاه‌آبادی هم بینابین حرکت کردند. فکر می‌کنم ادبیات کودک، از این منظر که ما نگاه کنیم، دچار یک تناقض ماهوی هست و آن هم این است که ما از یک سو می‌دانیم که در ادبیات، عنصر مهم، فردیت نویسنده است، در حالی که این چاقیل از این که نویسنده بخواهد دست به قلم ببرد، دست به نوشتن ببرد، یک مخاطب مشخص برایش فرض شده. چه طور می‌شود این تناقض را حل کرد؟ به نظر من دشواری نوشتن برای کودکان، این‌جاست. ما مخاطب معینی داریم که باید برای او بنویسیم و به هر حال، آن مخاطب معین، ویژگی‌هایی را به من تحمیل می‌کند. ما مجبوریم فردیت خودمان را کنار بگذاریم. شعری از آقای کیانوش، یادم هست که در آن می‌گوید:

«من شاعر شعر شما می‌آری، نه محمود کیانوش».

در واقع، می‌گوید من وقتی می‌خواهم برای شما شعر بگویم، دیگر محمود کیانوش نیستم و فردیت خود را کنار می‌گذارم. این تناقض را چه طوری می‌شود حل کرد؟ اگر این تناقض را بتوانیم حل کنیم، شاید جواب خیلی از پرسش‌هایمان را پیدا بکنیم.

شکرخواه: من فکر می‌کنم که مشکل، روی تولید گفتمان متن است. ما آن جا باید مکث بکنیم. بعید می‌دانم یک نویسنده ایرانی، بجه ایرانی را نشناسد یا پدری بچه خودش را نشناسد. ابزاری که به کار می‌گیریم، مسئله تولید می‌کند. صرفی آشنایی، مشکل را حل نمی‌کند. مثلاً یکی به یکی می‌گوید: بابا، مگر نمی‌فهمی چه به تو می‌گویم؟ نه نمی‌فهمد، فارسی هم می‌گوید. اما به قول مولوی: «ای بسا هندو و ترک هم‌زبان»

گیج‌کننده است. یکی از ابزارهای متن، اصلاً عامل منفی است. این جا مهم نیست که من دنبال این هستم که دیالوگ برقرار کنم یا مونولوگ. تک‌گویی دارم می‌کنم یا دارم از موضع معلم حرف می‌زنم و خواننده من، بخشی از بازی نیست، بلکه طرف‌بازی من است. مهم این است که بدانم عنصر حذف، آسیب می‌زند به کار من. در صورتی که بر عکس آن، یکی دیگر از ابزارهای متنیت که «جانشینی» است، می‌تواند مثبت باشد. من به جای خاله سوسکه می‌توانم بگویم گرگ بدجنس. جایگزین می‌کنم. جایگزینی را بچه‌ها می‌فهمند. با جایگزینی اصلاً مشکل پیدا نمی‌کنند. یکی دیگر از ابزارهای متنیت که به شدت منفی عمل می‌کند برای بچه‌ها، انسجام واژگانی است. فرض کنید رییس جمهور تشریف بیاورد در جمع ما. من خبرنگار ممکن است بنویسم رییس جمهور وارد سرای اهل قلم شد و مورد استقبال قرار گرفت. رییس شورای انقلاب فرهنگی، در بخشی از صحبت‌هایش گفت: این جور... من به محض این که خواستم از انسجام استفاده کنم و آن سمت دوم را بیاورم برای رییس جمهور، ارتباط با کودک قطع می‌شود. اگر تحلیل محتوا بکنیم، می‌توانیم اینها را بشماریم. برآوردی بگویم کجا و از چه ابزارهایی استفاده شده و به این ترتیب، ابزارهای متنیت را استخراج کنیم. من فرصت بر شمردن آنها را ندارم. اما اجازه بدهید به یک سری از ابزارهای دیگر هم که متن را معنا می‌کند، اشاره کنم که به این ابزارها، در زبان‌شناسی می‌گوییم ابزارهای پیوند... یکی

می‌کند که خانم حاجی نصرالله تحت عنوان پیام، به آن اشاره کرد. بحث این است که ما چقدر بر سیر تولید پیام یا گفتمان تولید پیام مسلطیم؟ نمی‌توانیم بگویم که هری پاتر، روی تبلیغ فروش رفته، نه. خیلی چیزها تبلیغ می‌شود. خانم «رولینگ» بیش از آن که مرهون تبلیغات باشد، مرهون مهارتش در تولید پیام است. کتاب اولش که چاپ شد، برایش تبلیغی نشده بود، ولی سرسام‌آور فروش کرد. کتاب دوم را شرکت D. G ICON، منتشر کرد، شرکتی که فایل‌های کتاب دستش بود، محرمانه فایل‌ها را می‌برد. من می‌خواهم بگویم قدرت موج تبلیغاتی، بعد از کتاب می‌آید. می‌خواهم بگویم خانم رولینگ، با سایر نویسنده‌ها فرق دارد. من فرق را در آن جا می‌بینم که از ابزارهای «متنی»، با تمام قوا استفاده کرد. اگر فرصت باشد، می‌توانم راجع به ابزارهای متنیت با شما صحبت بکنم که عوامل متنیت، اصلاً چه چیزهایی هستند؟ اجازه بدهید به دو سه تایش که اثر منفی می‌گذارد، لاقال اشاره بکنم. هر متنی، به هر حال، از ابزارهایی بهره می‌برد که به آن می‌گوییم ابزارهای متن‌ساز. یکی از آن ابزارها، ابزار حذف است. ما با حذف، متن‌سازی می‌کنیم. من می‌گویم: خاله سوسکه به جنگل که رسید، یکهو خیلی ترسید. اگر حذف نمی‌بود، باید می‌گفتم خاله سوسکه به جنگل که رسید، نقطه، خاله سوسکه خیلی ترسید. ما خاله سوسکه دوم را حذف می‌کنیم و آسیبی هم ظاهراً به متن نمی‌زند. اما بررسی‌های زبان‌شناختی نشان می‌دهد که حذف برای کودکان

استنتاج است. ما نباید استنتاج را در هر نوشته‌ای خرج بکنیم. من اگر این جا بگویم سخنران در سرای اهل قلم داشت صحبت می‌کرد که ناگهان یکی از... شما به طور طبیعی، این سه نقطه را با «سخنران» و یا «شنوندگان» پر می‌کنید. این استنتاج شماست، اما نمی‌توانی برای کودک از استنتاج استفاده کنی؛ مگر این که محیطی را که در آن هست، با استفاده از اصل قیاس، درست هدف‌گیری کرده باشی که بتواند با استنتاج جواب بگیرد. بنابراین، خیلی از جاها خودمان noise درست می‌کنیم و مشکل می‌سازیم. من فکر نمی‌کنم مشکل از توزیع باشد. ممکن است ما دو اثر را همین جا و در بین یک جمع، آزمایش میدانی بکنیم. برای مثال، سی تا بچه داشته باشیم و این دو اثر را بدهیم بخوانند در دو ژانر مختلف و مشکل توزیع هم نباشد، اما با یکی از آنها رابطه می‌گیرند و با یکی نمی‌توانند ارتباط برقرار کنند. من فکر می‌کنم که این قسمت، به فقر ادبیات مربوط می‌شود. ما کار میدانی نکردیم و خیلی هم به زبان توجهی نمی‌کنیم و مدام داریم تحلیل‌های جامعه‌شناختی و روان‌شناختی می‌کنیم از ادبیات کودک. البته، روی جنبه‌های روان‌شناختی، نکات ناگفته زیاد است. در یک کتاب کودک و نوجوان، با تلمیح برخورد کردم. پسر من می‌آید می‌گوید بابا این چی شد این‌جا، تلمیح که مال بچه نیست. در زبان‌شناسی می‌گوییم، شما مقدار دارید برای ارتباط برقرار کردن در هر پیامی، کیفیت دارید. مرتبط به موضوع بودن دارید در تلمیح، تمام این موارد نقض می‌شود. هر کدامش نباشد تلمیح دارید شما. ببینید، الان بگویند: می‌آیی برویم سینما. بگویم: نه، سخنرانی دارم. اگر فقط بگویم سخنرانی دارم، باز هم معنی‌اش این می‌شود که من به سینما نمی‌آیم، اما از مقدار زدم و فقط گفتم «سخنرانی دارم». ما در متن بچه‌ها تلمیح به کار می‌بریم و این مشکل‌ساز است. من فکر می‌کنم که مشکل، روی تولید گفتمان متن است. ما آن جا باید مکتب بکنیم.

بعید می‌دانم یک نویسنده ایرانی، بچه ایرانی را شناسد یا پدری بچه خودش را شناسد. ابزاری که به کار می‌گیریم، مسئله تولید می‌کند. صرفاً آشنایی، مشکل را حل نمی‌کند. مثلاً یکی به یکی می‌گوید: بابا، مگر نمی‌فهمی چه به تو می‌گویم؟ نه نمی‌فهمد، فارسی هم می‌گوید. اما به قول مولوی: «ای بسا هندو و ترک هم‌زبان»

حاجی نصرالله: این موردی را که آقای شکرخواه فرمودند، یعنی توزیع، من به عنوان مسئله آخر به آن نگاه می‌کنم. مشکل اصلی، در خود ادبیات کودکان یا به عبارتی آثار تولید شده، است. یکی از موضوعاتی که ایشان مطرح کردند یعنی زبان، این مسئله بسیار مهم است. ببینید، خیلی از کسانی که الان در این سالن هستند، ممکن است در کودکی «مهمان‌های ناخوانده» را خوانده باشند و امروز نیز، کودکان این اثر را با علاقه می‌خوانند. به نظر من، علت ارتباط این کتاب با کودک، نوع زبان آن است. ساخت زبانی زیبایی که نویسنده با بازآفرینی یک اثر کهن، در این کتاب به وجود آورده است سبب ارتباط خوب مخاطب پیش از دبستان، با آن می‌شود. این کتاب به چاپ پانزدهم رسیده. بنابراین، باز هم باید روی همان نکته‌ای که گفتم، تأکید کنم. یعنی اول باید بدانیم که کودک کیست؟ من عامل اصلی را در این ناهنجاری، نشناختن کودک می‌دانم و فکر می‌کنم که روز به روز باید تعریف «مخاطب» را نو کنیم. این در حالی است که ما همچنان تعریف سنتی‌مان را نسبت به مخاطب داریم؛ یعنی مخاطبی که فقط باید تربیت شود و فقط باید به او چیز یاد داد و اما برخلاف نظر آقای شاه‌آبادی کودک، کودک است و تعریف آن در مناطق مختلف فرق نمی‌کند و ما باید روی خلاقیت کودک تأکید کنیم. ببینید، مثلاً می‌گویند: کودک در سن ۸-۶ سالگی، به توان‌شناختی خاصی می‌رسد. این شش تا هشت سال را برای شرایط اجتماعی مختلف در نظر می‌گیرند. مثلاً در یک کشور پیشرفته ممکن است در شش سالگی و در کشوری

مخاطب را بشناسد تا در ساخت زبانی بتواند با او ارتباط برقرار کند و دوم، جایگاه مخاطب در این جامعه، او چه جایگاهی دارد؟ متأسفانه، جایی برای انتخاب و گزینش برای کودکانمان نمی‌گذاریم. وقتی گفتم کتاب «حسنی نگو به دسته گل» راحت‌ترین انتخاب است برای پدر و مادر، کدام بچه خودش کتاب را انتخاب می‌کند؟ چه توانایی‌ای دارد؟ ببینید، اینها نکات خیلی مهمی است که به نظر من به ساخت اجتماعی جامعه ما برمی‌گردد و باید حل شود. به همین دلیل، کارهایی که انجام می‌شود، تأثیر لازم را بر جامعه نمی‌گذارد. مثلاً هفته کتاب، وقتی کتاب را می‌برند در مدارس مناطق مختلف ایران، خوب است یا مثلاً اخیراً، در کتاب فارسی دوم دبستان، لیستی از کتاب‌هایی را به عنوان کتابخانه کلاس در نظر گرفته‌اند. این حرکت، مثبت است؛ یعنی کتابخوان کردن بچه‌ها خوب است، ولی نباید نظر بزرگسالان را به آن‌ها تحمیل کنیم. باید یادش بدهیم که چگونه با کتاب ارتباط بگیرد، با تخیل کتاب ارتباط بگیرد، ولی ما همیشه می‌خواهیم در هر قالب و نهاد اجتماعی مثل خانواده، جامعه و دولت، کودک را فقط در جهت خودمان حرکت دهیم. می‌گوییم آن چیزی را ببین که من فکر می‌کنم. پدر و مادر فکر خود را به کودک القا می‌کنند، مدیر مدرسه، معلم و همه و همه در این سلسله مراتب فکر خود را به کودک القا می‌کنند. شاه‌آبادی: من از سؤال اول شروع می‌کنم و می‌گویم برسم به موضوعی که در واقع، عدم استقبال مخاطبین از کتاب‌های ماست، راستش را بخواهید، برایم سخت است گفتن این موضوع، شاید هم به مذاق بعضی‌ها ناسازگار باشد و بعضی‌ها از نظر علمی حتی حرفم را قبول نداشته باشند، ولی شخصاً به این نتیجه رسیده‌ام که ادبیات کودک، تابع مفهوم عام ادبیات است و در حوزه خاص ادبیات، به آن مفهومی که ما مد نظرمان است، قرار نمی‌گیرد. ببینید، وقتی یک نفر دارد ادبیات خلق می‌کند، باید به ضمیر ناخودآگاه

که عقب تکه داشته شده است، در هشت سالگی، بچه به آن توان شناختی برسد. تمام کودکان، کودکان سراسر دنیا این مراحل رشد را طی می‌کنند. کمی زودتر و یا کمی دیرتر. در واقع این‌جا، کودک هشت ساله ما درک دارد؛ یعنی یک تفکر نسبی دارد، کل و جزء را می‌شناسد. حال اگر نویسنده کودک، ظرفیت‌های کودک را نشناسد، نمی‌تواند کودک را باور کند که بتواند با او صحبت کند. بنابراین، می‌آید و پیامش را به طور مستقیم با او در میان می‌گذارد. مسئله، رشد خلاقیت مخاطب است؛ اگر مخاطب اخبار و تجربه‌های مختلف را در کتاب‌های مختلف، خودش دنبال کند. تردیدی نیست که در این مسیر، می‌تواند به شرایطی برسد که خلاقیتش را رشد دهد و شکوفا سازد. یکی دیگر از مسایل بسیار مهم زبان است. ارتباط بین مخاطب و نویسنده، با زبان صورت می‌گیرد. نویسنده، اندیشه‌اش را توسط زبان بیان می‌کند. وقتی که زبان را نشناسد، یعنی زبان ارتباط با کودک را نشناسد، چگونه می‌تواند ارتباط بگیرد؟ این شناخت باید به ساخت زبانی و زیبایی‌های نهفته در آن و این که چه طور آن را به کار بگیریم که خلاقیت مخاطب را شکوفا سازد، وجود داشته باشد. متأسفانه، کودکان ما خودشان هم برخورد انفعالی دارند. کودکی که در این جامعه زندگی می‌کند، خودش هم منتظر است که تربیت شود و به او رهنمود داده شود. اما در آن جامعه، مخاطبی که هری پاتر را انتخاب می‌کند، جور دیگری به مسئله برخورد می‌کند. چرا آن‌جا هری پاتر به اوج می‌رسد؟ برای این که کودک انتخابگر است، او انتخاب می‌کند که از پشت رایانه بلند شود و کتاب هری پاتر را به دست بگیرد. امکاناتی که این کودک دارد، فرق می‌کند و امکانات، یعنی گزینش کردن. او در تمام سال‌های زندگی‌اش یاد گرفته انتخابگر باشد. او از کودکی با حق انتخاب آشنا شده است. این بحث را جمع‌بندی می‌کنم؛ نویسنده با هدفی خاص اثری را خلق می‌کند، در این فرآیند، او باید



شکرخواه: چه طور می شود که پسر بچه‌ای سروکله اش پیدا می شود به اسم «هری پاتر» ناگهان شوق خواندن را در دنیا بیدار می کند؟ از ناشری که این کتاب را چاپ کرده، کتاب‌های دیگری هم چاپ شده، ولی این بُرد را نداشته، در حالی که با «هری پاتر»، جنون کتاب‌خوانی از شانگهای تا واشنگتن، راه می افتد و به کشور خود ما هم این موج می آید.

که ادبیات کودک در حوزه عام ادبیات قرار می گیرد. کما این که ما کتاب ریاضی بچه‌ها را هم می توانیم در حوزه عام ادبیات قرار بدهیم. کتاب‌های درسی بچه‌ها هم در حوزه عام ادبیات قرار می گیرند، اما آن مفهوم خاص از ادبیات بنده فکر می کنم که در این حیطه دست‌یافتنی نیست. کارهایی مثل «هری پاتر»، قطعاً جناب شکرخواه هم می دانند که در حوزه ادبیات قرار نمی گیرد. در حوزه نوشته‌های سرگرم کننده قرار می گیرد و در غرب، این را خیلی خوب تفکیک کرده‌اند از همدیگر. البته، من فقط جلد اول «هری پاتر» را خوانده‌ام. اسم آقای کیانوش، وسط آمد. آقای کیانوش، در سفری که آمده بودند ایران، می گفتند تلویزیون انگلستان، با آقای «جفری آرچر»، نویسنده مصاحبه می کرد. از او پرسیده شد که نظرتان را راجع به ادبیات بفرمایید. «آرچر» در جواب گفت: من ادیب نیستم که راجع به ادبیات بخواهم صحبت کنم. با این که ایشان کلی کتاب دارد در زمینه‌های مختلف پلیسی، جاسوسی و... کتاب‌هایی که در حوزه نوشته‌های سرگرم‌کننده قرار می گیرد، ولی می گوید: من ادیب نیستم، من نوشته‌های سرگرم‌کننده خلق می کنم. از من راجع به ادبیات سؤال نکنید. هری پاتر هم در حوزه نوشته‌های سرگرم‌کننده، قابل بررسی است، کما این که دیگر شکل‌های ادبیات کودک و ژانرهای

خودش رجوع کند، به «من دوم» خودش و به نوعی از خودش منتزع بشود و شروع کند به نوشتن. شما در مواردی، وقتی می نویسد جملاتی روی کاغذ می آوری که وقتی دارید می خوانیدشان، باورتان نمی شود که اینها را خودتان نوشته‌اید. چرا؟ چون کس دیگری از وجود شما درآمده و شروع کرده به نوشتن. در چنین فرآیندی، یعنی فرآیند از خود بیخود شدن هست که ادبیات، به مفهوم خاص، خلق می شود اما وقتی که شما برای کودکان می نویسد، مجبور هستید که از خودتان فاصله بگیرید و همیشه توجه داشته باشید به مخاطب، به نیازهای مخاطب، به درک مخاطب و به دنیایی که مخاطب دارد در آن زندگی می کند. نمی توانید در دنیای خودتان باشید، نوشتن برای کودکان و ادبیات خلق کردن برای کودکان، مثل این می ماند که شما میخی در پای‌تان باشد و بعد بخواهید در آن حالت، «ذن» بگیرید! آدم وقتی ذن می گیرد که در شرایط کاملاً «ریلکس» و آرام و درست باشد، وقتی میخی در پای‌تان شما را دارد آزار می دهد، نمی توانید ذن بگیرید. این توجه به مخاطب و ویژگی‌های او و نیازهای او و درک او و خواست او، این جا عملاً به نوعی مانع از آن می شود که ما بتوانیم ادبیات، به معنی خاص کلمه خلق بکنیم و بنده با توجه به بضاعت خودم، فکر می کنم

شاه آبادی: این که چرا نوشته‌های ما مورد استقبال قرار نمی‌گیرند و نوشته‌هایی شبیه به «هری پاتر»، با استقبال بچه‌ها رو به رو می‌شوند، فکر می‌کنم بزرگ‌ترین دلیلش این است که ما به مخاطب توجه نمی‌کنیم، اما آنها توجه می‌کنند به خواست مخاطب و آن چه انتظار دارد.

کانون پرورش فکری کودک و نوجوان برگزار کرد، از این کتاب تقدیر شد. به عنوان یک کتاب خوب، اگر نکویم بهترین کتاب، چون حضور ذهن ندارم، یکی از کتاب‌های برگزیده مطرح شد. هیچ ایرادی ندارد که بیاییم از قالب‌هایی که جذاب هستند، استفاده بکنیم. هر وقت کاری برای بچه‌ها انجام می‌شود که جذاب است، می‌گویند: آقا! بازاری است. اگر کاری نوشتیم که عبوس بود، سراسر غم و اندوه و بدبختی و بیچارگی، می‌گویند: آهان! این هنری است. نه، ما باید کار خوب را در قالب‌های جذاب ارائه دهیم و از موضع معلم و ناصح فاصله بگیریم. بیاییم بشویم قصه‌گو و امکان دیالوگ را در داستان برقرار بکنیم. ممکن است بفرمایید چه طور می‌تواند نویسنده در داستان دیالوگ خلق کند. خوب، ذات کار مونولوگ است و خواننده فقط می‌خواند، اما اشاره شد اول جلسه که بخشی از داستان در ذهن خواننده خلق می‌شود. شما به خواننده اجازه می‌دهید که در خلق داستان با شما مشارکت کند. از طرف دیگر، بارها شده یک داستان را خواندید و خیلی هم به شما چسبید. گفتند: چرا؟ گفتید: داستان اصلاً زندگی من را می‌گفته. یکی از دوستان می‌گفت، این کتاب «دفترچه ممنوع» را هر کس می‌خواند، می‌گوید زندگی من را می‌گفت. این جا یک نویسنده، مخاطب را کاملاً درک کرده که در چه شرایطی دارد سر می‌کند؛ یعنی درد انسان امروز فهمیده. داستانش را با توجه به درد انسان امروز نوشته و شما هر کدام‌تان می‌توانید تصویر خودتان را در این آینه ببینید. ادبیات کودک ما متأسفانه، این‌گونه نیست.

پژوهشنامه: آقای شاه‌آبادی فرمودند که ادبیات

مختلف هم در حوزه عام ادبیات قابل بررسی است. اما این که چرا نوشته‌های ما مورد استقبال قرار نمی‌گیرند و نوشته‌هایی شبیه به «هری پاتر»، با استقبال بچه‌ها رو به رو می‌شوند، فکر می‌کنم بزرگ‌ترین دلیلش این است که ما به مخاطب توجه نمی‌کنیم، اما آنها توجه می‌کنند به خواست مخاطب و آن چه انتظار دارد. به نظرم، عنوان می‌گردد ما بود «گفت‌وگوی نسل‌ها از طریق ادبیات کودک و نوجوان» و یا تقریباً چنین موضوعی بود. بنده تا دیدم، بلافاصله در ذهنم تصحیح کردم و گفتم «تو هم گفت‌وگو میان نسل‌ها از طریق ادبیات کودک و نوجوان»؛ چون واقعاً هیچ نوع گفت‌وگویی صورت نمی‌گیرد. ما با بچه‌ها گفت‌وگو نمی‌کنیم. این یک مونولوگ کامل است از موضع یک معلم و کسی که دارد نصیحت می‌کند. ناصح بچه‌ها هستیم. مدام می‌گوییم این کار را بکن، این کار را نکن. این را بده، آن را نده و حتی در گفتن این هم قالب‌های خوب را رعایت نمی‌کنیم. چند بار صحبت کتاب «حسنی نگو به دسته گل» پیش آمد و به عنوان یک کتاب بازاری طرح شد. بنده با احترام به فرمایش سرکار خانم حاجی‌نصرالله، عرض می‌کنم که کتاب «حسنی نگو به دسته گل» کتاب بازاری نیست. کتاب خوب‌بست و من به عنوان کسی که در حوزه ادبیات کودک کار می‌کنم، کتاب کودک چاپ می‌کنم، در جایی کار می‌کنم که کتاب کودک چاپ می‌کند، مدت‌ها گشتم و این کتاب را پیدا کردم برای بچه‌هایم بردم و خواندم و بچه‌ها هم بسیار لذت بردند و خوششان آمد. قالب ریتمیک خیلی خوبی دارد. جهت اطلاع‌تان، عرض می‌کنم که در اولین دوره جشنواره کتاب کودک و نوجوان که

کودک، ادبیات به معنی خاص نیست و تأکید ویژه‌ای دارند روی مخاطب‌شناسی، روی شناخت مخاطب. من دو نکته دارم در زمینه مخاطب‌شناسی؛ یکی این که اولاً آیا شناخت مخاطب، این قدر آسان است که در دسترس ما باشد؟ منظور، آیا شناخت کامل مخاطب برای ما ممکن است و دوم این که اگر ممکن باشد، آیا به اینجا خواهد انجامید که ادبیات کودکان ما بشود ادبیات کودکان متوسط؟ چون ما به هر حال باید معدل‌گیری بکنیم، مثلاً بگوییم این واژگان، واژگان پایه کودکان است. این دایره فهم‌شان است. این سقفی مثلاً تخیل‌شان است. این رویکرد، ادبیات ما را خواهد رساند به جایی که بچه‌های نخبه را حذف کنیم؛ چون اینها از معدل بالاتر هستند و یک عده از بچه‌هایی را که پایین‌تر از معدل ماهستند نیز مجبور می‌شویم کنار بگذاریم. شکرخواه: به نظرم می‌رسد که اگر ابزارهای متن‌ساز را درست بشناسیم، این معضل کمتر پیش می‌آید. این هم چیزی را حل نمی‌کند. اگر بیاییم و برای «هری پاتر» جایگاهی مشخص بکنیم، کتاب «اینتر تینمنت» محسوب می‌شود. کتاب به معنی کلاسیک Literature نیست. خیلی خوب، نباشد. اما همان «اینتر تینمنت» هم به یک زبان ارتباطی احتیاج دارد تا با مخاطب خودش ارتباط برقرار کند. این جا ژانر کار مسئله نیست. به نظر من، بحث ما سر ژانر نیست. من بحث آن روند تولید گفتمان است. شما ببینید، قرار است به آن طیف معانی که از بستر یک فرهنگ، یک مکان، هر جا می‌جوشد، شکل بدهد. آن دربرگیری و شکل دهی، به نظر من، بحث زبان را پیش می‌آورد. اما این که آیا ما داریم یا این کار، سقف درست می‌کنیم برای مخاطب؟ داریم برای مخاطب دایره اسیرکننده و محدودکننده‌ای ایجاد می‌کنیم؟ اصلاً چنین چیزی نیست. شما کدهای‌تان را باید درست انتخاب کنید. او قدرت دی‌کُدش خیلی بالاست. منتظر نیستند که مفاهیم شما در قالب ترم‌هایی که به کار می‌رود، خودشان را عرضه کنند. این اصلاً تناقض ندارد. ببینید، ما

الان می‌خواهیم راجع به «عدالت» مقاله بنویسیم. هم تعریفی داریم برای عدالت و هم مفهومش را با گوشت و پوست می‌فهمیم و هم فرقی را با بی‌عدالتی و ظلم تشخیص می‌دهیم، اما اگر ما را الان ببرند دم دادگستری تهران، بگویند حالا بگو بیایند عدالت را تأمین کنند، ناچاریم تاپیست پیرمرد دم دادگستری را صدا کنیم بگوییم آقا می‌شود بنویسی تا ما حق‌مان را بگیریم.

مفهوم عوض نشده، ما عدالت می‌خواهیم؛ منتهی با ترمینولوژی حقوق، همه آشنا نیستیم. این یک گفتمان است که دعاوی در آن، همان مضمون عدالت ماست. آن هم یک گفتمان دیگر است که عدالت ما را با آن تعریف می‌کند.

حاجی نصرالله: من فکر می‌کنم شما روی زبان خیلی تأکید دارید. زبان به نظر من یک عامل جدی است، ولی در کنار زبان، ما ساختار متن و تصویر را نیز داریم.

شکرخواه: من زبان را با همه المان‌های بصری‌اش می‌بینم؛ یعنی کل کاراکتر متن را می‌گویم که بخشی از آن، در واژگان است...

حاجی نصرالله: پس تکلیف‌تان را با واژگان... شکرخواه: ببینید، من و شما زبان بدن هم داریم... حاجی نصرالله: بله، در تصویر، ما زبان بدن را داریم. اگر این زبان در تصویر به کار گرفته نشود، تصویر از حس تهی است. به همین دلیل، است که روی ساختار متن و تصویر تأکید می‌کنم. در واقع، در این جا هدف از تولید ادبیات کودکان و نوجوانان چیست؟ اصلاً ساخت و تولید یک فرآورده هنری برای چیست؟ یعنی ما برای چه داریم ادبیات کودکان تولید می‌کنیم؟ قصد از این کار چیست؟ خوب، می‌توانیم بگوییم قصدمان در درجه اول، رشد خلاقیت کودک و اندیشه و تفکر در اوست و در کنار آن سازگاری با محیط اجتماعی، سازگاری، به معنای هم‌نواایی، نیست، بلکه به معنای تغییر و تحول در جامعه است. این رشد اجتماعی است. حالا اگر من ادبیات را این گونه تعریف می‌کنم، بنابراین

ارتباطی می‌تواند متفاوت باشد باز تأکید می‌کنم روی ساختار متن و تصویر، یعنی تمامی عناصری که بُعد زیبایی‌شناسی اثر را می‌سازند. همه اینها سرانجام، کمک می‌کند تا متن با کودک ارتباط بگیرد. نکته دیگری که موجب عدم ارتباط مخاطب نوجوان با اثر می‌شود، در این سوال مطرح می‌شود: متن‌های ما چه کنش متقابل در کودک ایجاد می‌کنند؟ «هری پاتر» قصه‌ای در حد یک سرگرمی نیست؛ چون علاوه بر اصل لذت و سرگرمی و کارهای دیگر، ره‌آورد‌های دیگری نیز در آن مستتر است که مخاطب را به دنبال خود می‌کشاند. «هری پاتر» در کنش متقابل اجتماعی رشد می‌کند و مخاطب را در این تجربه شریک می‌سازد. و اما چرا نوجوان ما می‌رود کتاب‌های سهراب سپهری می‌خواند. چرا شعر فروغ فرخزاد می‌خواند. یک زمانی ما در کانون اصلاح و تربیت کار می‌کردیم، تمام مدت بچه‌ها اصرار داشتند که کتاب‌های بزرگسال برای‌شان بیاوریم. چرا؟ به علت این که ما نوجوان‌مان را نمی‌شناسیم و او را در قالب کودکی قرار می‌دهیم و می‌خواهیم با او رابطه بگیریم، نمی‌توانیم حس درونی نوجوان، شرایط رشد و دوران بلوغ را درک کنیم، البته، منظورم این نیست که ما اصلاً کتاب نوجوان نداریم و یا نوجوانان ما نمی‌توانند با این کتاب‌ها ارتباط بگیرند. بلکه می‌خواهم بگویم عموم کتاب‌های ما به علت عدم شناخت از نوجوان و خواسته‌هایش نمی‌تواند با این گروه سنی ارتباط برقرار کند و نوجوان ما برای جست‌وجوی خویش به کتاب‌های بزرگسالان پناه می‌برد.

شاه‌آبادی: فرمایشات شما باعث شد که من ذکر نکته‌ای را ضروری بدانم. شما این جا بیشتر راجع به زبان صحبت کردید، ویژگی‌های زبان و احیاناً دایرة واژگانی و اینها، نکته‌ای که عرض می‌کنم و فکر می‌کنم خیلی مهم و در عین حال، خیلی بدیهی است، درباره تفاوت کودک و بزرگسال است. تفاوت میان کودک و بزرگسال، تفاوتی صرفاً کمی نیست،

باید بگویم، مهم‌ترین مسئله در یک اثر ادبی یا یک داستان کودکان، این است که «گوهر ادبیت» در آن وجود داشته باشد. حالا چرا می‌گویم «گوهر ادبیت» به عنوان مرکز یک اثر مطرح است؟ به دلیل این که گوهر ادبیت است که می‌تواند پیام را در قالبی به کودک ارائه بدهد که حالت پند و اندرز و نصیحت نداشته باشد و در عین حال، عنصر خلاقیت و رشد را در او شکوفا سازد. من دوباره تأکید می‌کنم روی مسئله شناخت، یعنی محور شناخت‌شناسی در ادبیات کودکان و نوجوانان از اهمیت ویژه برخوردار است و محور ساختار متن و تصویر، کسی که می‌خواهد یک کتاب را تصویرگری کند، باید ساختار تصویر را بشناسد. نکته خیلی مهمی که آقای شاه‌آبادی در کتاب «حسنی نگو یک دسته گل» به آن توجه نکردند، این است که حسنی، یک کتاب تصویری است؛ یعنی برای کودک پیش از دبستان نوشته شده و تصویرش چون زبان باید با مخاطب صحبت کند. اما، این تصاویر این کتاب، با مخاطب نمی‌تواند ارتباط بگیرد و صحبت کند. علتش این است، مطابق با آن ذائقه‌ای است که ما در کودکان رشد دادیم؛ یعنی نتوانستن و نخواندن تصویر و در نتیجه، یکی از پایه‌هایی را که موجب رشد کودکان می‌شود، از او گرفتیم. ما وقتی کتاب‌های مدرسه را باز می‌کنیم، هیچ کدام از تصاویر فردیت ندارد و فقط الگوها و کلیشه‌ها را ارائه می‌کنند. بهترین حالت، این است که زبان بتواند فردیت را به مخاطب منتقل کند و خود متن نیز بتواند فردیت داشته باشد. مثلاً در داستان «دوستان ما» که درباره کشاورز و رفتگر و... صحبت می‌کند، تصویر این درس هیچ حسی از کار و رنج و زحمت را به کودک مخاطب نمی‌تواند ارائه کند. برای این که زبان تصویر ناتوان است و تصویر بسی‌رویی از آب درآمده، تصویرگر نتوانسته فردیت دهقان را تصویر کند. متأسفانه، متن آن هم خیلی ضعیف است. نتوانسته کار و زحمت را در یک شکل خلاق ارائه کند. شکل‌های

شکرخواه: هر متنی، به هر حال، از ابزارهایی بهره می‌برد که به آن می‌گوییم ابزارهای متن‌ساز. یکی از آن ابزارها، ابزار حذف است. اما بررسی‌های زبان‌شناختی نشان می‌دهد که حذف برای کودکان گیج‌کننده است.

مناسب است.

پژوهشنامه: در این بحث، دوستان با رویکردهای مختلف، درباره مخاطب بحث کردند. درباره تاریخچه تحولات مخاطب‌شناسی بحث شد. موانع مخاطب‌شناسی مورد بررسی قرار گرفت و برخوردهای هدایتگرانه و تحکمی، به عنوان یکی از این موانع، عنوان شد. برخی دوستان، معتقد بودند که علاوه بر زبان، باید ساختار متن، تصویر و مسایل زیباشناسی هم مورد توجه واقع شود و گفته شد که متونی برای بچه‌ها جذابیت دارد که کنش متقابل ایجاد کند.

دوستان به تفاوت در تعریف فیزیولوژیک و فرهنگی - اجتماعی از کودک اشاره کردند و یادآور شدند که تغییرات اجتماعی، در طول سالیان، بر تعریف ما از دوران کودکی تأثیر گذاشته است. ایشان هم چنین به تفاوت ماهوی دنیای کودک و بزرگسال پرداختند.

دوست دیگرمان، در بحث‌شان، توزیع و عدم شناخت مخاطب را مشکل اصلی ارزیابی نمی‌کردند و معتقد بودند که مشکل اصلی، در متن‌هاست. به اعتقاد ایشان، در متون مربوط به کودکان و نوجوانان، از عوامل متنیت به خوبی استفاده نمی‌شود. ایشان با توضیح درباره برخی عوامل متن‌ساز، جذابیت «هری پاتر» را در رعایت این عوامل دانستند.

من به نمایندگی از انتشارات افق و پژوهشنامه ادبیات کودک و نوجوان که این میزگرد را برگزار کردند، از دوستان شرکت‌کننده و حضار محترم و همچنین، دست‌اندرکاران محترم سرای اهل قلم، تشکر می‌کنم.

بلکه کاملاً ماهوی و کیفی است. کودکان با بزرگسالان ماهیتاً تفاوت دارند. ما گاهی احساس می‌کنیم که ادبیات کودک و ادبیات بزرگسال رابطه طولی و فاصله کمی دارند یعنی کسی که دارد برای کودکان می‌نویسد، وقتی که بیشتر پیشرفت کرد، می‌تواند برای بزرگسالان هم بنویسد. مثل آن که می‌گفت چاقو اول بچه اره بوده و بعداً دندان در آورده شده از! ببینید، من باز مثالی که می‌توانم برای شما بزنم، برای اینکه بهتر جا بیفتد، شما تصاویر و عکس‌های دوره قاجاریه را ملاحظه فرمودید که یک آدمی مثلاً سن و سال‌دار ایستاده، کنارش یک خانمی و یک پسر بچه و دختر بچه هم کنارش. آن آقا لباس خاصی پوشیده، کت و شلوار و کلاه خاصی سرش هست. پسر بچه ۵ ساله‌ای هم کنارش ایستاده که درست همان لباس‌ها را پوشیده، با یک اشل کوچکتر و با همان تیپ و شکل. این تصاویر، بیانگر آن است که کودک، بزرگسال رشد نیافته است. همان لباسی که برای بزرگسال مناسب است، کوچک‌ترش می‌کنیم برای بچه‌ها هم مناسب می‌شود. اما امروز شما می‌بینید لباس بچه‌ها با بزرگ‌ترها ماهیتاً تفاوت کرده. پسر بچه‌های پنج و شش ساله، کت و شلوار نمی‌پوشند، مگر این که نگاهی فانتزی در لباس پوشیدنشان وجود داشته باشد. حتی ۱۲-۱۰ ساله‌ها هم نمی‌پوشند. لباس بچه‌ها از لحاظ شکل، فرم، رنگ، همه جوره متفاوت است با پوشش بزرگ‌ترها. با وجود این، در حوزه ادبیات، کماکان فکر می‌کنند که ما هرچه برای بزرگ‌ترها نوشتیم، حالا بیاییم ساده‌ترش بکنیم، روان‌ترش بکنیم و از کلمات قابل فهم‌تری بهره بگیریم، برای بچه‌ها هم